

Lauri Aho

YRITYKSEN VERKKOSIVUSTON SEKÄ VISUAALISEN MATERIAALIN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Opinnäytetyö
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma

2018



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tekijä/Tekijät	Tutkinto	Aika
Lauri Aho	Tradenomi (AMK)	Toukokuu 2018
Opinnäytetyön nimi		36 sivua 4 liitesivua
Yrityksen verkkosivuston sekä visuaalisen materiaalin suunnittelu ja toteutus		
Toimeksiantaja		
Glass Innovation Institute		
Ohjaaja		
Tomi Numento		
Tiivistelmä		
<p>Tämän opinnäytetyön aiheena on verkkosivuston suunnittelu ja toteutus sekä visuaalisen markkinointimateriaalin luominen.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena on luoda yritykselle uudistetut verkkosivut WordPress-alustalla. Visuaalisen markkinointimateriaalin luominen tapahtuu Adobe InDesign ja Adobe Photoshop -työympäristössä.</p> <p>Työssä tutkittiin, miten kehittää yksinkertainen verkkosivusto sekä miten visuaalisen markkinointimateriaalin tuottaminen eri maassa toimii.</p> <p>Opinnäytetyön tuloksena valmistui yritykselle verkkosivusto sekä tapahtumaan suunniteltu juliste ja aikataulu englannin- ja turkinkielisenä.</p>		
Asiasanat		
Graafinen suunnittelu, visuaalinen markkinointi, WWW-sivut, WordPress		

Author (authors)	Degree	Time
Lauri Aho	Bachelor of Business Administration	May 2018
Thesis title		
Developing a new website and visual marketing material for a company		36 pages 4 pages of appendices
Commissioned by		
Glass Innovation Institute		
Supervisor		
Tomi Numento		
Abstract		
<p>The objective of the thesis was to design and implement a new website and create visual marketing material. The goal of the thesis was to create a brand-new website with the WordPress platform. Visual marketing material was planned and created by using the Adobe InDesign and Adobe Photoshop programmes.</p> <p>The practical part of thesis, aimed at implementing the website using ready-made software programmes, and in addition to that, creating appropriate marketing material for a given event and target audience. As a result of my work, I developed the case company's new website as well as the marketing material for the event in both English and Turkish.</p>		
Keywords		
Graphic design, visual marketing, websites, WordPress		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	VERKKOSIVUSTON TUOTTAMINEN VALMIILLA JULKAISUJÄRJESTELMILLÄ	6
2.1	Sisällönhallintajärjestelmät (CMS) vai käsin koodatut nettisivut	7
2.2	Sisällönhallintajärjestelmät (CMS)	11
2.3	XAMPP kehitysympäristö	13
3	YRITYKSEN VISUAALINEN ILME	17
3.1	Markkinointiviestintä	17
3.2	Graafinen suunnittelu.....	18
3.3	Nettisivut.....	24
4	CASE: GLASS INNOVATION INSTITUTE	25
4.1	Verkkosivuston uusiminen	25
4.2	Visuaalinen markkinointi	29
5	POHDINTA	32
6	PÄÄTÄNTÖ	33
	LÄHTEET.....	34

LIITTEET

Liite 1. Verkkosivuston etusivu

Liite 2. Verkkosivuston muut sivut

Liite 3. Tapahtuman viralliset julisteet sekä aikataulut englanniksi ja turkiksi

Liite 4. Tapahtuman printattava ohjelma

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tarkoituksena on luoda Glass Innovation Institute (GII) -yritykselle uudet helppokäyttöiset WordPress-verkkosivut, jotka vastaisivat paremmin nykyaikaisia verkkosivustoja. Glass Innovation Institute on lasialan yritys, jonka tavoitteena on välittää lasialan informaatiota vapaasti kaikille. Työni sisältää graafisen ilmeen uudistamista sekä WordPress verkkosivujen tekemisen sekä heille tuotettua visuaalista markkinointia ja materiaalia.

Työni teoriaosassa käsittelen yleisesti verkkosivustojen luomista sekä erilaisilla valmiilla alustoilla sekä käsin kokonaan koodatuilla nettisivuilla. Vertailen näitä eri tyyppisiä nettisivuja keskenään sekä esittelen molemmista hyötyjä ja haittoja. Lopuksi tarkoituksena on vielä opastaa, miten valita eri tilanteista riippuen juuri oikeat nettisivut.

Mikä alusta tarjoaa juuri sopivimmat palvelut yrityksen käyttöön? Seuraavaksi tutkittiin erilaisia sisällönhallintajärjestelmiä sekä millaisia erilaisia vaihtoehtoja on tarjolla. Lisäksi tutkin hieman toteutusympäristöä sekä miten voidaan luoda offline -ympäristössä esim. WordPress sivusto.

Toisessa osassa tutkittiin miten visuaalisen ilmeen suunnittelu sekä toteutus vaikuttaa yleisellä tasolla koko yrityksen ulkonäköön sekä kokonaisuuteen. Apuna käytän omaa osaamistani sekä muiden kirjoittamia viisauksia esim. markkinointiviestinnästä sekä graafisesta suunnittelusta: miten värit, typografia, logo ja yrityksen nettisivut ovat nykyaikana todella vaikuttavassa roolissa koko yrityksen menestyksen kannalta?

Työni käytännön osiossa käyn lävitse WordPressillä tekemiäni nettisivuja sekä visuaalista markkinointia, joita hyödynsimme järjestämässämme tapahtumassa Turkissa, InDesignin ja Photoshopin avulla luodulla julisteella sekä ohjelmalla. Kerron hieman mitä he halusivat nettisivuilta löytyvän sekä visuaalisesta markkinoinnista.

Työssäni en käy läpi WordPressiä todella tarkasti, kerron vain hieman yleistä tietoa jokaisesta eri alustasta. Kerron enemmänkin teemoista sekä lisäosista kuin itsenäisestä koodaamisesta. Yrityksen visuaalisen ilmeen suunnittelussa

ja toteutuksessa kerron vain yleisesti markkinointiviestinnästä sekä tärkeimpiä asioita graafisesta suunnittelusta, en paneudu syvällisesti esim. sähköisiin julkaisuihin, painotuotteisiin, animaatioihin.

2 VERKKOSIVUSTON TUOTTAMINEN VALMIILLA JULKAISUJÄRJESTELMILLÄ

Sitoutuminen käyttäjien kanssa verkossa ei enää ole pelkästään staattisen HTML-tiedoston tuominen palvelimeen ja sen kutsuminen onnistuneeksi verkkosivustoksi. Ilman teknistä apua ja ennakointia, sisällönhallinta aktiivisesti voi olla monimutkainen ja turhauttava prosessi. (Jones & Farrington 2011.)

Verkkosivuston luomiseksi tarvitsee palveluntarjoajan, jonka kautta voi ostaa itselleen webhotellin eli paikan, jossa oma nettisivusto tulee sijaitsemaan. Tämän lisäksi tarvitsee myös domain-nimen (verkkosivuston osoite esim. www.helloworld.com) ja sitten ollaankin valmiita aloittamaan nettisivujen luominen.

Vaihtoehtoja omien verkkosivustojen luomiseen on satoja, ellei tuhansia, seuraavaksi tutkitaan yleisimpiä tapoja tuottaa omat sivustot. Jos itseltään löytyy taitoa ohjelmoinnin parista, niin yksi hyvä vaihtoehto on koodata verkkosivusto itse alusta alkaen. Kuitenkin nykyisin lähes 50 % kaikista nettisivuista on tehty sisällönhallintajärjestelmiä (CMS) käyttäen, joista ylivoimaisesti suosituin on WordPress, jonka avulla on luotu lähes 30 % kaikista Internetissä olevista verkkosivuista. (Mening 2017.)

Seuraava määritelmä on kehitetty CMS:stä: Rakenteellisesti CMS on eräänlainen ohjelmisto, joka mahdollistaa online -julkaisuja ja sisällönhallintaa, jossa sisältö on tekijän määrittelemä. (Jones & Farrington 2011.)

Yleisimpiä valmiita julkaisujärjestelmiä ovat: WordPress, Joomla sekä Drupal, jotka kattavat yhteensä noin 70 % kaikista sisällönhallintajärjestelmillä luoduista sivustoista.

2.1 Sisällönhallintajärjestelmät (CMS) vai käsin koodatut nettisivut

Sisällönhallintajärjestelmä (CMS) ohjelmat tarjoavat mahdollisuuden hallita suuria määriä web-pohjaista tietoa. Se säästää suuren taakan verrattuna käsin koodaamiseen jokaiselle sivulle erikseen HTML:n avulla. (Seadle 2005.)

WordPress, Joomla, Drupal ja muut valmispohjaiset nettisivustot tarjoavat helppomia ratkaisuja sekä nopeampi vaihtoehtoja luoda verkkosivut. Jotenkin palvelimaisestikin toimivat sisällönhallintajärjestelmät antavat käyttäjilleen valmiita ratkaisuja, joita lisätä nettisivulleen ilman suurempia tuskia. Valitse nettisivustolle teema miljoonien eri vaihtoehtojen joukosta, muokkaa sitä haluumaksesi sekä lisää tarvittavat lisäosat. Vaihtoehtoja on loputtomasti, joten miksi siis rakentaa verkkosivut tyhjästä?

Käsin koodatut nettisivut vaativat tietysti tekijältään enemmän, mutta hallitsemalla koodaamisen mahdollisuudet ovat rajattomat. Mitä tahansa voi kuvitella, sen voi myös luoda. Matkalla valmiisiin verkkosivustoihin törmää varmasti erilaisiin ongelmiin, mutta ratkaisemalla ne oppii varmasti paljon uusia asioita, joista myöhemmin on varmasti apua. Katosiko sivujen ostoskori? Hävisikö sivustolta osa teksteistä? Ei hätää, nämä ovat helppo korjata, kun osaa asiat.

WordPress hyödyt ja haitat

Smithin mukaan (2016) hyötyjä on monia. WordPress on avoimeen lähdekoodiin perustuva palvelu, joka tarkoittaa sitä, että valmiiksi valmistettua koodia voi käyttää ilman, että sitä pitäisi muokata. Valmista koodia voi vapaasti muokata sekä jakaa niitä eteenpäin ilmaiseksi.

Käytettävyys ja yksinkertaisuus, WordPressin käyttäjänä ei tarvitse juurikaan yhtään tietotaitoa tai ymmärrystä teknisestä kielestä verrattuna muihin CMS:iin tai käsin koodaamiseen. Ei tarvitse tietää ohjelmointikieliä kuten HTML, PHP, CSS jne. kaikki mitä tarvitsee, on suurimmaksi osaksi click and use menetelmää. (Smith 2016.)

Helppokäyttöisyys, ajan myötä kaikki muuttuu tai tekniikka ja ohjeistukset muuttuvat, joten on tehtävä pieniä muutoksia verkkosivustolla, olkoon se, vaikka sivun poistaminen tai lisääminen, taustavärien tai teeman muuttaminen. Sitten projekti pitäisi ulkoistaa ja palkata suunnittelijoita tai ohjelmoijia, mutta WordPressin avulla ei tarvitse palkata teknistä apua, koska WordPressin avulla on mahdollista muokata sivustoa kirjoittamatta riviäkään koodia. Säästyy aikaa ja rahaa. (Smith 2016.)

Liitännäiset, toinen suuri WordPressin etu on liitännäiset. WordPressille on kehitetty yli 45 000 liitännäistä lähes kaikkiin toimintoihin, joita tarvitsee. Halu-aako sitten luoda analyysin sivustolle, lisätä ostoskorin tai parantaa hakukoneoptimointia. Jälleen WordPress on rakentanut palaset valmiiksi palapeliin, eikä tarvitse kirjoittaa mitään koodia, riittää, että asentaa vain tarvittavat liitännäiset, jonka avulla tuodaan toiminnot sivustolle. (Smith 2016.)

Nopea kehitys, WordPressin suurin etu on nopeus, jonka avulla voi luoda uudet ja toimivat verkkosivut. WordPressin avulla voi luoda täydellisiä käyttöliittymiä, sovelluksia ja sivustoja ohjelmointirajapinnan avulla. Sivuston kehittämisprosessi on erityisen suoraviivaista, varsinkin vedä ja pudota toimintojen avulla, mikä tekee nettisivujen kehityksestä niin paljon nopeampaa. (Smith 2016.)

Kaikkien hyötyjen jälkeen, mitä haittaa WordPressistä enää voisi olla? Kuten yhdeksi hyödyksi mainitsin, avoin lähdekoodi, mikä voi olla siunaus on myös itse kirus. Käyttämän koodin on kirjoittanut joku muu, jonka takia on mahdollista, että se saattaa sisältää joitakin haitallisia koodeja tai vikoja, jotka estävät sivuston toimivuuden. Sekä avoimen lähdekoodin, sekä sen suuren käytettävyyden takia, se kiehtoo myös enemmän hakkereita ympärilleen. (Smith 2016.)

Sivuston nopeus, WordPress sivustoilla on paljon yleisiä koodeja sekä liitännäisiä, jotka mahdollistavat sivuston toiminnallisuuden, se voi kuitenkin vaikuttaa sivuston latausajan nopeuteen. On aina hyvä harkita käyttää korkealaatuisia palveluntarjoajia, ettei tällaisia ongelmia tule vastaan. (Smith 2016.)

Useat päivitykset, sivuston päivittäminen usein voi haitata sen toimivuutta. Päivitykset tekevät sivuista entistä parempia, kuitenkin jokaisen päivityksen jälkeen on iso mahdollisuus, että jokin lisäosa ei toimi uuden version kanssa tai joutuu poistamaan vanhan version lisäosasta ja lataamaan uuden päivitetyn version. Kannattaa myös aina muistaa varmistaa, että on varmuuskopioinut sivuston, jos uusi päivitys ei ole onnistunut voi palata takaisin aiempaan versioon. (Smith 2016.)

Lopuksi voimme todeta, että vaikka WordPressillä on paljon sekä hyviä, että huonoja puolia, niin sen hyvät puolet vievät voiton sen huonoista puolista, tästä on selviä todisteita, kun katsoo kuinka moni ihminen ja yritys maailmassa käyttävät WordPress pohjaisia sivustoja.

Käsin koodattujen nettisivujen haitat ja hyödyt

Suurin osa seuraavaksi käydyistä asioista on koottu erilaisista artikkeleista Internetistä, jonka perusteella olen kirjoittanut tärkeimpiä asioita esille. (Munter 2014, mity.com.au 2015, novasolutions.ca 2016.)

Ainutlaatuinen muotoilu, yksi käsin koodattujen nettisivujen suurin etu on juuri tilaajalle suunniteltu uniikki ulkoasu ja muotoilu, joita tuskin löytyy keneltäkään muulta. Se mahdollistaa tilauksen rakentamisen tyhjästä, jolloin voi luoda sivut juuri halutun brändin mukaiseksi.

Ne ovat joustavat sekä tarjoavat pitkälle aikavälille skaalautuvuutta. Toisin kuin teemapohjaiset verkkosivut, sivustolla muokata pienimpiäkin asioita, kun sille on tarvetta. Sivustolle voi lisätä ominaisuuksien määrää, uusia sivuja, muuttaa sivuston ulkoasua ajan myötä.

Ne tarjoavat paremman hakukoneoptimoinnin, mukautetut verkkosivustot on muokattu sivuston kehittäjien koodilla, joilla on vuosien kokemus luoda hakukoneille ystävällisiä sivustoja. Lisäksi käsin koodatuille verkkosivuilla voi lisätä eri avainsanoja sekä muita SEO-ominaisuuksia (SEO = hakukoneoptimointi).

Se voi tarjota paremman käyttökokemuksen, käsin koodattu sivusto tarjoaa mahdollisuuden helposti päivittää sisältöä ja kasvattaa toimintoja, jotka parantavat sivustojen toimivuutta.

Mitä huonoja puolia sitten näiden lisäksi löytyy? Sivuston kehittäminen tällä tavalla on kallista. Ennen kuin sivuston kehittäminen ja suunnittelu voidaan aloittaa, niin tarvitaan suunnittelua ja tutkimusta sen varmistamiseksi, että sivuston lopullinen muoto vastaa vaadittuja tarpeita. Se vaatii yleensä myös monta eri asiantuntijaa, esim. web-suunnittelijan, web-kehittäjän, ohjelmoijan, SEO-asiantuntijat jne. Kaikki nämä tekevät verkkosivujen rakentamisesta erittäin kalliin.

Sivuston rakentaminen kestää pitkään, kuten edellä on mainittu niin, verkkosivuston luominen vaatii ensin tekemään paljon erilaista suunnittelua ja tutkimista. Kaikkien edellä mainittujen henkilöiden pitää alkaa tekemään yhteistyötä ja koodaaminen aloitetaan nolasta verrattuna teemapohjaisiin verkkosivuihin.

Sitä on hankala kehittää, hallita ja ylläpitää. Kehittäminen on melkein mahdotonta, ellei itsellä ole tarvittavaa tietotaitoa koodaamisesta ja suunnittelusta. Lisäksi näiden sivustojen päivittäminen voi olla hankalaa sekä kallista, koska jos et omista itse sitä taitoa, niin joudut usein palkkaamaan uudelleen, jonkun asiantuntijan tekemään sen.

Sivuston valmistuminen ajoissa erittäin epätodennäköistä. Ennen kuin sivuston voi julkaista pitää tietysti suorittaa erilaisia testejä varmistaakseen, että kaikki on kunnossa. Jos joitakin vikoja löytyy niin, web-kehittäjä joutuu käymään ne uudelleen läpi sekä korjaamaan viat, joka usein johtaa viivästymiseen.

Miten valita oikeat nettisivut

Kysymykseen on hankala vastata yleisellä tasolla, mutta jos on taidot koodaamiseen ja suunnitteluun niin voisin sanoa, että koodaamalla omat nettisivut tulee taatusti oppimaan paljon sekä negatiiviset kohdat voi melkein poistaa, koska osaa ratkaista ongelmat itse.

Jos taas haluaa tilata nettisivut yritykselle ja ei hallitse koodaamista, mutta haluaa ylläpitää omia nettisivuja, WordPress tai muut CMS sivustot ovat varmasti oikea valinta. Sivujen luominen onnistuu nopeasti ja jokainen voi oppia ylläpitämään niitä ilman suurempaa tutustumista koodaamiseen.

Oikea vastaus kysymykseen on siis ehkä tutustua molempiin vaihtoehtoihin ja pohtia molempien positiivisia ja negatiivisia asioita, sekä puntaroida niitä juuri omaan tarvittaviin nettisivustoihin.

2.2 Sisällönhallintajärjestelmät (CMS)

Sisällönhallintajärjestelmä on ohjelmistosovellus, tietojärjestelmä tai niihin liittyvien ohjelmien sarja, joita käytetään digitaalisen sisällön luomiseen ja hallintaan. (Rouse 2014.) Seuraavissa alaluvuissa käsitellään kolmea yleisintä sisällönhallintajärjestelmää yleisesti.

Wordpress

WordPress on perustettu vuonna 2003 Mike Littlen ja Matt Mullenwegin toimesta. Tarve tyylikkääle, hyvin rakennetulle julkaisujärjestelmälle oli jo selvä silloin. WordPress on avoimen lähdekoodin projekti, joka käyttää php-kieltä ja MySQL-tietokantaa. (WordPress 2018.)

WordPressin edeltäjänä toimi b2/cafelog, joka myös käytti php:tä ja MySQL-tietokantoja. Vaikkakin WordPress oli suuri onnistuja, niin tästä on edelleen aktiivisesti kehitteillä oleva b2evolution. (WordPress 2018.)

WordPress on alun perin luotu blogien ylläpitoa ja hallintaa varten. Vuosien kehityksen ansiosta se on kuitenkin muuttunut isommalta osin suurimmaksi sisällönhallintajärjestelmä alustaksi.

WordPress.com ja WordPress.org, mitä eroa näillä on? WordPress.com tarjoaa ilmaisen Internet hosting-palvelun. WordPress.org, on ohjelmisto, joka la-

dataan, kehitetään ja lanseerataan itse. WordPress.com on epävirallisesti sa-
nottuna rajoitettu versio WordPress.orgista, jossa et voi kehittää omia toimin-
toja, rakentaa toimintoja tai käyttää vanhempia plugineja. (Friedman 2013, 5.)
WordPressin tärkeimpiä ominaisuuksia ovat nopea toimivuus ja yksinkertainen
käyttöä. Lisäksi he haluavat tarjota käyttäjilleen loistavia lisäyksiä, kuten lisä-
osia ja erilaisia teemoja. Erilaisia lisäosia on kirjoittaessani tätä tarjolla 55,017
kappaletta ja teemoja monia tuhansia, joista suurin osa on ilmaisia ja vapaasti
ladattavissa WordPress.org sivustolta.

Joomla

Joomla on ollut mukana aina vuodesta 2000, jolloin sen nimenä toimi Mambo,
jonka perusti Australialainen yritys nimeltä Miro. Vuonna 2005 kehittäjä tiimi
päätti lähteä Mambosta ja perustaa Joomla. Joomla on palkittu monta kertaa
sen toiminnallisuudesta vuosien varrella. (North 2008, 8-9)

Joomla on yksi maailman suosituimmista ohjelmapaketeista, jolla voidaan ra-
kentaa, organisoida, hallita ja julkaista sisältöä nettisivustolla, blogeissa, intra-
neteissä ja mobiilisovelluksissa. Joomla on suosittu ja laajasti tuettu avoimen
lähdekoodin monikielinen sisällönhallintajärjestelmä 66 eri kielen tuella.
(Joomla 2018.)

w

Joomla käyttää suurimmaksi osaksi php-ohjelmointikieltä ja varastoi dataa
MySQL, MS SQL tai PostgreSQL tietokantoihin. Joomlaa on ladattu yli 88 mil-
joonaa kertaa ja sillä on myös yli 8000 ilmaista lisäosaa sekä ainakin yli tuhat
teemaa tarjolla. (Joomla 2018.)

Drupal

Drupal on perustettu vuonna 2000 kahden opiskelijan Dries Buytaert ja Hans
Snijder toimesta. He perustivat sen aluksi vain omaan käyttöön, jossa he voi-
vat jakaa omassa koulussaan tapahtuvia uutisia. Vuonna 2001 se julkaistiin
käyttäjille, jotta he voisivat käyttää ja kehittää palvelua. (Drupal 2018.)

Kuten monet muutin sisällönhallintajärjestelmät, Drupal on avoimeen lähdekoodiin perustuva ohjelma. Drupal on kirjoitettu php-ohjelmointikielellä ja se toimii monissa eri tietokannoissa kuten MySQL -tietokannassa. (Drupal 2018.)

Drupalin yhteisöön kuuluu yli 1,3 miljoonaa jäsentä, joka sisältää n. 110 000 aktiivista avustajaa, jotka ovat tuottaneet enemmän kuin 39 500 moduulia, joilla voi muokata ja kustomoida Drupalin käytettävyyttä sekä yli 2500 erilaista ilmaista teemaa. (Drupal 2018.)

2.3 XAMPP kehitysympäristö

Tämän kappaleen informaatio on suurimmaksi osaksi lainattu Apache Friends kehittäjien kotisivuilta. XAMPP on ilmainen avoimen lähdekoodin paketti, joka sisältää Apache HTTP-palvelimen, MariaDB tietokannan, sekä erilaisia PHP ja Perl skriptejä. XAMPP on erittäin kevyt ja yksinkertainen asentaa ja käyttää, tästä syystä sitä käytetään todella paljon, kun halutaan rakentaa paikalliset verkkosivustot testaukseen sekä kehittämiseen.

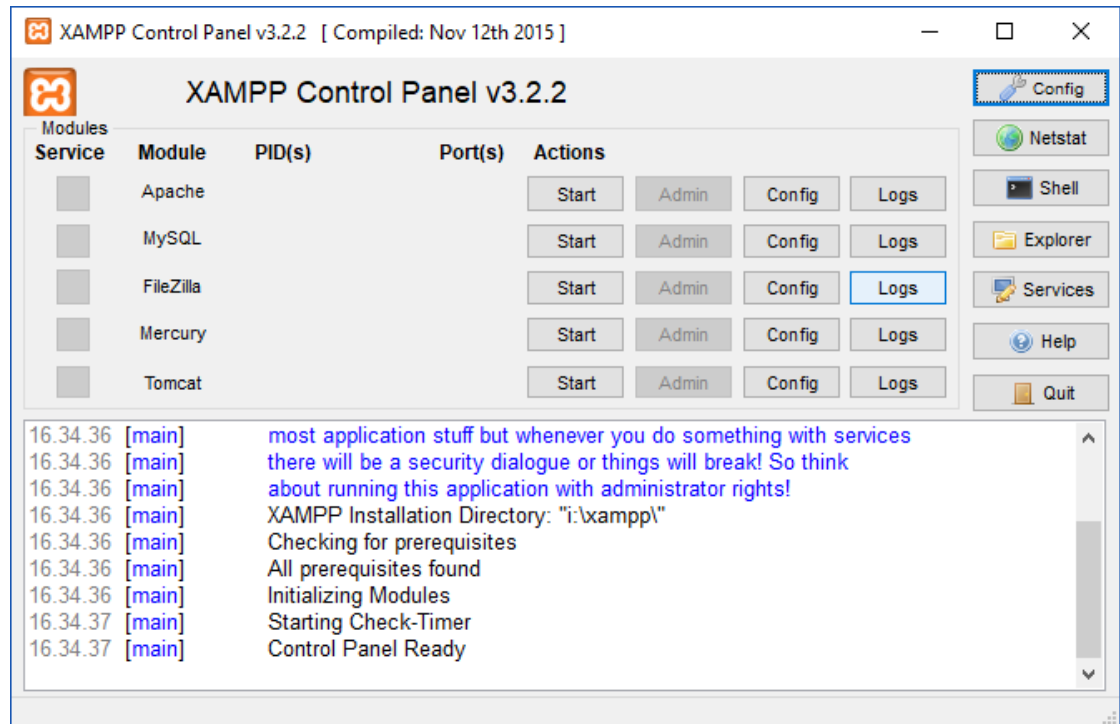
XAMPP on järjestelmäriippumaton ja on saatavilla Windows, Linux, sekä Macia tukeville tietokoneille. XAMPP on kehitetty alun perin vain kehitystyökaluksi, jotta suunnittelijat ja ohjelmoijat voisivat testata töitään omilla tietokoneillaan ilman Internet-yhteyttä.

WordPressin ja XAMPPin asentaminen paikallisesti

Kuten monessa projektissa on tapana, verkkosivujen rakentamisen haluaa aloittaa paikallisesti offline-tilassa. Tässä kappaleessa tutustutaan WordPressin sekä XAMPPin asentamiseen.

Ensimmäiseksi kannattaa aloittaa XAMPPin asentaminen suuntaamalla heidän verkkosivustolle <https://www.apachefriends.org/index.html>. Sivustolla valitaan viimeisin asennustiedosto Windowsille, Linuxille tai OS X:lle. Tämän jälkeen ladattu tiedosto avataan sekä edetään näyttöön tulevien ohjeiden mukaisesti.

Asennuksen jälkeen avataan XAMPP Control Panel (kuva 1), jossa käynnistetään Apache sekä MySQL painamalla, Actions, Start. Ja kun molemmat toimivat kunnolla niiden nimien taakse pitäisi ilmaantua vihreä alue.



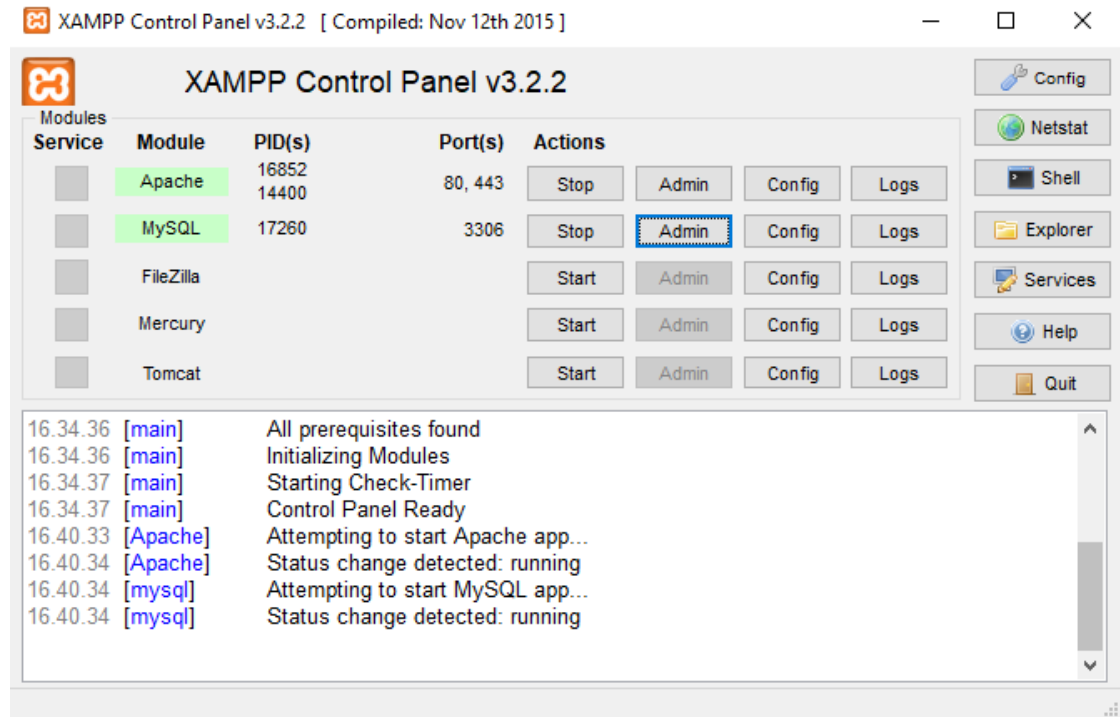
Kuva 1. XAMPP Control Panel

Nyt vieraillaan osoitteessa <http://localhost> ja tarkistetaan, että uusi paikallinen palvelin toimii. Mikäli sivu näyttää tervetulosivua (kuva 2) niin kaiken pitäisi olla kunnossa.



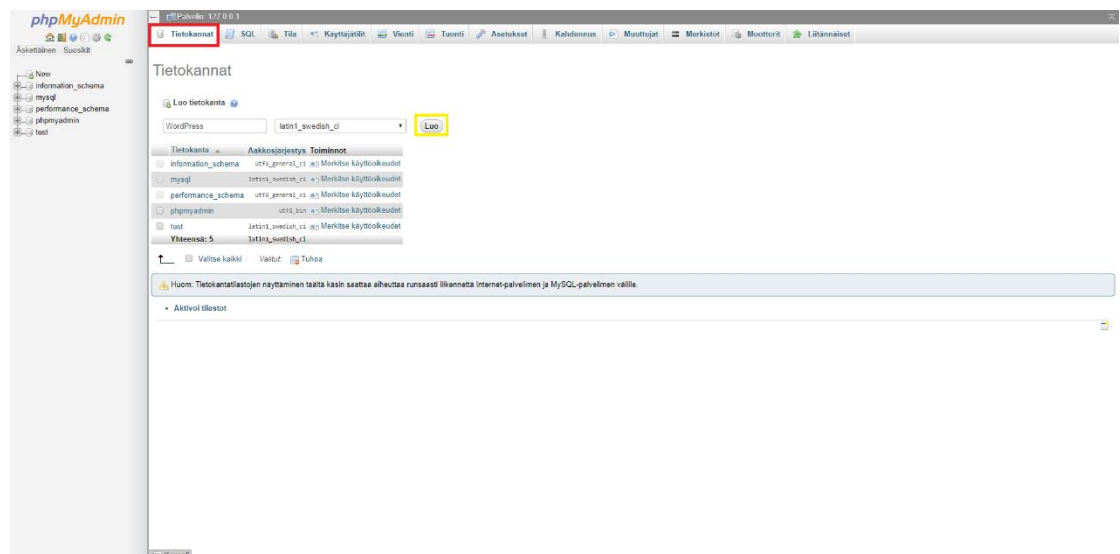
Kuva 2. Localhost tervetulosivu

Tämän jälkeen vuorossa on MySQL tietokannan luominen. Nyt palaataan takaisin XAMPP Control Paneeliin, jossa painetaan Admin nappia MySQL rivillä (kuva 3)



Kuva 3. XAMPP Control Panel – Admin nappula

Uusi selainikkuna avautuu automaattisesti phpMyAdmin näkymällä. Sitten painetaan vasemmalta ylhäältä tietokannat (kuva 4, punaisella ympyröity) ja luodaan uusi tietokanta. Esimerkissä tietokanta on nimetty: wordpress ja sitten paina Luo (kuva 4, keltaisella ympyröity) ja voit sulkea ikkunan.



Kuva 4. phpMyAdmin näkymä

Nyt kun tietokanta ja XAMPP on toiminnassa, on aika siirtyä lataamaan ja asentamaan WordPress. Ladataan WordPressin viimeisin versio <https://wordpress.org/download/> sivulta. Sitten pitää asentaa WordPress oikeaan kansioon, että se toimii XAMPPin kanssa: C:/Program Files/XAMPP/htdocs. Puretaan WordPress sen omaan kansioon ja sen voi nimetä sen, kuten haluaa.

Seuraavaksi avataan luotu kansio, minne tallennettiin WordPress, etsitään wp-config-sample.php niminen tiedosto ja uudelleen nimetään se wp-config.php. Tämän jälkeen avataan tiedosto ja rullataan alaspäin, kunnes nähdään seuraavat rivit (kuva 5):

```
// ** MySQL settings - You can get this info from your web
host ** //
/** The name of the database for WordPress */
define('DB_NAME', 'database_name_here');

/** MySQL database username */
define('DB_USER', 'username_here');

/** MySQL database password */
define('DB_PASSWORD', 'password_here');

/** MySQL hostname */
define('DB_HOST', 'localhost');

/** Database Charset to use in creating database tables. */
define('DB_CHARSET', 'utf8');

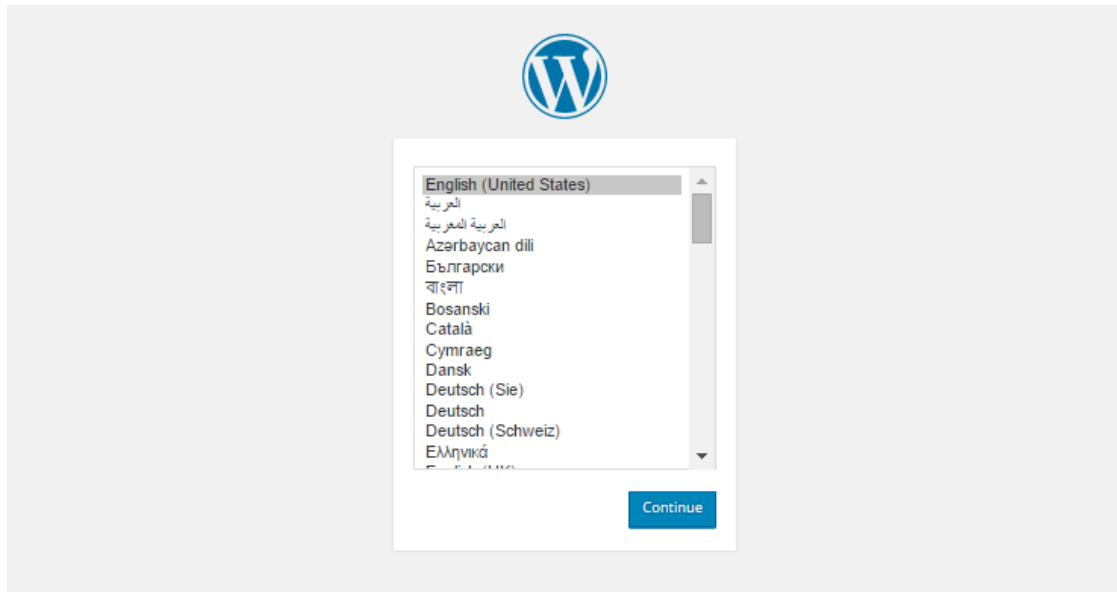
/** The Database Collate type. Don't change this if in doubt.
*/
define('DB_COLLATE', '');
```

Kuva 5. wp-config-sample.php näkymä

Nämä tekstirivit määrittävät sisäänkirjautumisen tiedot luotuun tietokantaan:

- Korvataan "database_name_here" edellä luodun tietokannan nimellä, joka esimerkissä on "wordpress"
- Korvataan "username_here" vaikka "root" ja jätetään "password_here" vaikka kokonaan tyhjäksi.
- Tallennetaan tiedosto ja suljetaan se.

Nyt voi aloittaa WordPressin asentamisen, avataan nettiselain ja mennään osoitteeseen: <http://localhost/wordpress/> - nyt pitäisi nähdä (kuva 6) näköinen sivusto, jossa voi valita sopivan asennuskielen.



Kuva 6. Wordpress asennus näkymä

Kun sopiva asennuskieli ollaan valittu, niin painetaan Continue -nappulaa seuraavalle sivulle, jossa syötetään aiemmin luotu käyttäjätunnuksen ja salasana. Sitten painetaan Install WordPress. Nyt WordPressin asennus on valmis.

3 YRITYKSEN VISUAALINEN ILME

Valtaosa ihmisen ympärillä esiintyvistä informaatiosta tulee näköaistin kautta. Jopa 75 % kaikesta viestinnästä kulkee ensin silmien kautta ihmisten tietoiseseen ja tiedostamattomaan ajatusmaailmaan. Yrityksen ei siis kannata jättää huomioimatta tätä mahdollisuutta viestittäessään itsestään ja tuotteistaan markkinoille. Ei ole lainkaan yhdentekevää, millaisen muistijäljen asiakkaan mielikuviin jättää. Muistijäljet syntyvät siitä, mitä ihminen näkee, kuulee ja koee. (Nieminen 2009, 8.)

3.1 Markkinointiviestintä

Markkinointiviestintä sisältää useimmiten graafista viestintää ja graafisen designin päätehtävänä on tavoittaa katseet ja varmistaa, että viesti menee perille. Henkilökohtaisen kontaktin jälkeen tehokkain viestinnän muoto on kuva. Se voi viestittää yrityksen kohderyhmille ideoita, sanomia ja mielihyvää. (Nieminen 2009, 71.)

AIDA-kaava on hyvä muistuttaja tavoitteiden toteutumisesta suunnittelussa, sillä sisältää oleelliset osat menestyksekkään viestinnän elementeistä. AIDA-kaava on jokaisen viestinnän suunnittelijan työkalupakki pienoiskoossa.

Ensimmäiseksi, attention (huomioarvotekijät) käsittää kirjallisessa viestinnässä, kuten lehti-ilmoituksissa ja ulkomainonnassa, ilmoituksen koko sekä muoto, värit, kirjaisityypit ja kuvat. Radio- ja äänimainonnassa äänen ja musiikin erottuvuus ja mainokseen käytetty aika sekä ohjelma-aikaan sijoittaminen. TV-mainonnassa ja yrityksen kotisivuilla kuvien liikkuvuus ja kolmiulotteisuus. Myymälä-, näyttely- ja messumainonnassa esittelytilan koko, rakenteet, värit ja tuotteiden esillepano.

Toiseksi, interest (mielenkiintoa aikaansaavat tekijät): Kirjallisessa viestinnässä otsikon osuva puhuttelu ja väliotsikoiden antama informaatio yhdessä kuvan symbolisen viestin kanssa. Sähköisessä viestinnässä sanotut sanat ja niiden viestin antama merkitys ja lupaus kohderyhmille.

Kolmanneksi, desire (ostohaluun vaikuttavat tekijät): Tuotteen tai palvelun tarjoama hyöty; myyntiperustelut eli argumentit: erilaiset perustelut, joita ovat taloudellisuus-, arvostus-, laatu-, käyttö- tai hintaperustelut.

Viimeiseksi, action (aktivointi): Se sisältää kaikki erilaiset kupongit ja kilpailut sekä arvonnat. Aktivointiin kuuluvat myös erilaiset tuotenäytteet, maistiaiset, testaukset sekä kokeilut, tuotteiden rajallinen määrä tai tarjouksen rajattu aika. (Nieminen 2009, 87-88.)

3.2 Graafinen suunnittelu

Graafinen suunnittelu on prosessi, jossa luodaan visuaalista tai tekstisisältöä viestien välittämiseksi kohderyhmälle. Nykyisin graafisen suunnittelun sisältöön törmää päivittäin. Se voi olla maitopurkissa oleva kuva, jonka joku on suunnitellut, verkkosivustolla olevat logot ja typografia tai vaikka kännykän kuoressa olevat hienot kuviot. (Graafinen 2015.)



Kuva 7. Graafisen suunnittelun mahdollisuuksia. (SolutionDots 2017)

Graafinen suunnittelu on todella voimakas työkalu ja apuvälinä tämän päivän globaalissa taloudessa. Digitaalisen markkinoinnin kasvun myötä, graafisen suunnittelun osaajia tarvitaan aina enemmän ja Internetin aikakaudella työskentely onnistuu jopa globaalilla tasolla. (Norcross 2017.) Graafisella suunnittelulla on todella tärkeä tarkoitus ja se on kaikkialla, koskettaen kaikkea mitä teemme, kaikkea minkä näemme, kaikkea minkä ostanne.

Värit

Väreillä on tiedetty olevan voimakas psykologinen vaikutus ihmisten käyttäytymiseen ja päätöksiin ja tätä tietoa on hyödynnetty erittäin hyvin suunnittelijoiden ja markkinoijien toimesta. Väri voi olla usein ainut syy miksi ostaa tuote, 93 % ostajista keskittyy visuaaliseen ulkonäköön ja lähes 85 % ostajista kertoo värin olevan ensisijainen syy sen ostamiseen. Tarkastellaan seuraavaksi, kuinka värit vaikuttavat ihmisiin. (Zeevi 2013.)



Kuva 8. Värien psykologia ja merkitys viestinnässä (Peltomaa 2017)

Punainen luo kiireellisyyden tunnetta, mikä on esimerkiksi alennusmyyntien kannalta. Punainen kannustaa myös ruokahalua, joten pikaruokaravintolat käyttävät sitä usein. Fyysistesti se stimuloi kehoa, nostaa verenpainetta sekä liitetään usein myös liikkumiseen, jännitykseen ja intohimoon. (Zeevi 2013.)

Sininen usein liitetään voimaan, veteen ja luotettavuuteen. Sininen antaa turvallisuuden tunteen, hillitsee ruokahalua ja stimuloi tuottavuutta. Yleisin väri, jota käytetään keräämään luotettavuutta yrityksen tuotteeseen. (Zeevi 2013.)

Vihreä liitetään terveyteen, rauhaan, viisauteen ja kunnioitukseen. Käytetään yleensä kaupoissa rentouttamaan asiakkaita ja edistämään ympäristöön liittyviä asioita. (Zeevi 2013.)

Violetti yleisesti liittyy viisauteen ja kunnioitukseen. Se stimuloi ongelmanratkaisua ja luovuutta. Käytetään usein kauneuden ja ikääntymisen vastaisissa tuotteissa. (Zeevi 2013.)

Oranssi ja keltainen ovat iloisia värejä, jotka edistävät optimismia. Käytetään luomaan ahdistuksen tunnetta, joka voi houkuttaa impulsiivisia ostajia ja ikkuna ostajia. (Zeevi 2013.)

Musta liitetään yleensä auktoriteetin, voiman, vakauden ja vahvuuden kanssa. Yleensä myös älykkyyden symboli, mutta siitä voi tulla ylivoimainen, jos käytetään liian usein. (Zeevi 2013.)

Harmaa symboloi käytännöllisyyttä, vanhuuden ja solidaarisuuden tunteita. Mutta käyttämällä liikaa harmaata voi johdattaa ihmiset tuntemaan tyhjyyttä ja masentuneisuutta. (Zeevi 2013.)

Valkoinen liitetään usein puhtauteen ja turvallisiin tunteisiin. Voidaan käyttää ilmaisemaan puolueettomuutta. Valkoinen tila auttaa luomaan kipinän luovuuteen. (Zeevi 2013.)

Typografia

Tämä luku perustuu kokonaan Juseliuksen (2017) artikkeliin. Sana typografia tulee kreikan sanoista typos (tyyppi, isku) ja graphia (kirjoitus, piirros). Sanan typografia voisi siis tulkita iskeväksi kirjoitukseksi.

Kirjasintyypit voi jakaa karkeasti viiteen ryhmään: antiikva, groteski, egyptienne, fraktuura ja kalligrafiset. Näiden lisäksi ovat vielä lukemattomat erikoismerkit ja kuvafontit.

Antiikva	Times New Roman
Groteski	Arial
Egyptienne	Courier New
Fraktuura	Old English
Kalligrafi	Vivaldi

Kuva 9. Erilaisia kirjaisintyyppejä

Antiikva, latinan littera antiqua, vanha kirjain - on yleisin fontti sanomalehdissä, kirjoissa ja asiakirjastandardissa. Se on päätteellinen, serif, eli kirjaimet seisovat ikään kuin ohuen jalustan päällä, sen eri osissa on paksuuseroja, kirjain liittyy päätteeseen pyöreästi ja sen perusmuoto on soikio. Antiikvasta esimerkkinä ovat yleisin Times New Roman ja myös Georgia tai Americana.

Groteski, tulee kreikan sanasta kryptē, pieni luola. Se on päätteetön eli sans-serif. Esimerkkejä ovat mm. Arial, Verdana ja myös Century Gothic.

Egyptienne on kehitetty antiikvan pohjalta ja on ikään kuin kahden edellisen sekoitus: sekä päätteellinen että tasapaksu ja pyöreä eli slab serif, jonka päätteet ovat lähes tai aivan saman paksuisia kuin kirjain muutenkin, liittymäkohta on suorakulma eikä paksuuseroja juuri ole. Esimerkkinä Courier New eli monospace, jonka jokainen merkki vie tasan saman tilan.

Fraktuura kuuluu goottilaisiin kirjaimiin ja on myös kalligrafinen. Se on kehittynyt keskiaikaisten munkkien käsikirjoituksista. Nykyisin sitä käytetään pääasiassa vain koristeellisessa tekstauksessa. Tekstiä esiintyy kuitenkin myös Turun Sanomien nimessä.

Kalligrafinen tulee kreikan sanoista kallos (kaunis) ja graphein (kirjoittaa, piirtää) eli kalligrafinen kirjasintyyppi tarkoittaa käsin tehtyä kaunokirjoitusta. Kalligrafisesta esimerkkinä Vivaldi ja Shelley Allegro. Myös fraktuurat ja mm. kiinalaiset ja japanilaiset kirjoitusmerkit ovat kalligrafiaa.

Logo ja liikemerkki

Logolla tarkoitetaan yksilöllisesti muotoiltua yrityksen tai tuotteen nimen kirjoitusasua. Usein myös käytetään liikemerkkiä logon yhteydessä. Yrityksen nimi voi olla myös osa tunnusta. (Ruokolainen 2016.)

Logo on ehkä tärkein yksittäinen elementti yrityksen markkinoinnissa. Jos logo on huolellisesti muotoilu, se viestittää kiteytetysti yrityksen tahtotilaa ja asemoi yrityksen kilpailijoihinsa nähden, erottaa sen muista. (Ruokolainen 2016.)



Kuva 10. Facebookin logo (Facebook 2018)

Milloin yrityksen kannattaa käyttää liikemerkkiä logon yhteydessä? Kysymyseen ei ole yksiselitteistä vastausta. Liikemerkki on yksi visuaalinen elementti lisää logon yhteydessä, jolloin se ei ainakaan yksinkertaista viestiä. Toisaalta se auttaa tekemään yrityksestä tunnistettavamman, mutta vastaanottajan täytyy nähdä tunnus riittävän usein, jotta hän osaa yhdistää liikemerkin yritykseen. Jos yrityksen tärkein kohtaamispiste asiakkaan kanssa on sen nettisivut, ei tunnuksen käyttö ole perusteltua. Jos taas yrityksellä on kymmenen jakeluautoa, silloin liikemerkki on tunniste-elementti katukuvassa, ja se muistuttaa yrityksen olemassaolosta myös mahdollista asiakasehdokasta. (Ruokolainen 2016.)

Logo ja liikemerkki ovat kuvallista viestintää. Ensimmäiset logot syntyivät, kun paimenet polttivat oman tunnistettavan merkkinsä omistamiensa eläinten kylkeen. Kuva on tehokas tapa viestiä. Useimmat ihmiset reagoivat kuviin herkemmin kuin vaikkapa kirjoitukseen tai numeroihin (toki aakkoset ja numerotkin ovat "kuvia"). Kuva on nopea, katsojan aivoissa tapahtuu reaktio sekunnin tuhannesosissa. Kuvan huono puoli on, että se vaatii aina tulkinnan. Kuvan esittäjä ei voi olla sataprosenttisen varma siitä, mitä ajatuksia kuva katsojassa herättää. (Ruokolainen 2016.)



Kuva 11. Facebookin liikemerkki (Facebook 2018)



Kuva 12. Facebookin logo ja liikemerkki yhdistettynä (Facebook 2018)

Parhaimmillaan liikemerkissä on kerrottu yrityksen olemassaolon peruste visuaalisesti, graafisena kuviona, joka saa aikaiseksi katsojassa oivalluksen. Oivallus jättää katsojan mieleen positiivisen tunteen yrityksestä, ja se on saanut aikaiseksi potentiaalisessa asiakkaassaan ensimmäisen reaktion tekemättä mitään. Ensimmäinen lenkki tulevaan asiakassuhteeseen on valettu. (Ruokolainen 2016.)

3.3 Nettisivut

Internetin tullessa lähes jokaisen ihmisen päivittäiseen käyttöön yritykselle ei riitä enää pelkkä sivusto, jossa on logo ja yleinen informaatio. Ihmiset ovat tulleet yhä kriittisemmiksi ja sana kulkee nopeasti klikkaajalta toiselle, minkä yrityksen sivut ovat mm. tyylikkää, toimivat ja helposti käytettävissä. (Nieminen 2004, 110-111.)

Kotisivut täydentävät yrityksen toimintakulttuuria ja palvelun laatua aina henkilökohtaisella tasolla, kun asiakas istuu koneensa ääreen ja klikkaa yrityksen kotisivujen tunnuksen. Internetin avulla mainossanoma voidaan kohdistaa tarkoin. Mitä interaktiivisempaa toimintaa yrityksen kotisivut voivat tarjota, sen hedelmällisempää vuorovaikutus asiakkaan kanssa on. (Nieminen 2004, 111-112.)

Sivujen design tulisi suunnitella oikeille kohderyhmille. Omaperäisyys on tärkeää, mutta fonttien ja kuvien, värien ja bannereiden muotoilusta lähtien on kannattava edetä askel askeleelta todellisen vastaanottajan arvomaailman mukaan. Fonttien, värien ja kuvien käytössä tulee noudattaa maltillista linjaa. Harva jaksaa innostua vilkkuvasta ja välkkyvästä sivusta, kun hän on etsimässä konkreettista tietoa. (Nieminen 2004, 113-114.)

4 CASE: GLASS INNOVATION INSTITUTE

Opinnäytetyöni tehtävänäni on suunnitella Glass Innovation Instituutille uudet verkkosivut sekä visuaalista markkinointimateriaalia heidän tapahtumiinsa. Verkkosivusto on tarkoitus luoda WordPress-alustan avulla valmista teemaa muokkaamalla sekä visuaalista markkinointimateriaalia tehdessä Adobe-työympäristössä.

Toimeksiantaja halusi uudistaa vanhat verkkosivut, koska ne näyttivät vanhoilta, eikä sivustolla ei ollut mahdollista toteuttaa kaikkia toimintoja, joita he haluaisivat verkkosivulla olevan. Visuaaliseen markkinointiin toimeksiantaja halusi, että luon heidän Turkin tapahtumaansa julisteen, aikataulut sekä tapahtuman informaatiojulisteet.

4.1 Verkkosivuston uusiminen

Suunnitellessani uusia sivustoja tein hieman paperille merkintöjä ja ideoita, miten sivusto pitäisi ryhtyä kasaamaan yhteen. Toimeksiantajan pyynnöstä tein myös vuokaavion ja työnosituksen, jonka avulla pystyin havainnollistamaan hieman projektin etenemistä myös heille.

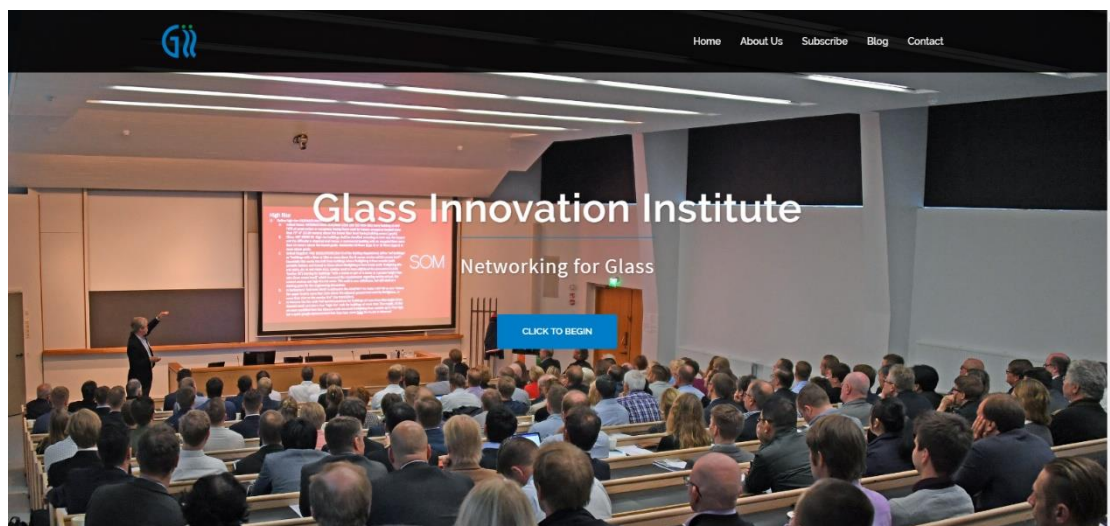
Vertailun vuoksi haluan tuoda esille heidän verkkosivujen näkyvyyttä tällä hetkellä (kuva 13) voit huomata, että sivusto käyttää mahdollisesta tilasta vain noin puolet, kun molemmille reunoille jää iso valkoinen alue. Verkkosivujen uudesta versiosta haluttiin nykyaikainen sekä yksinkertainen.



Kuva 13. Glass Innovation Institute nykyiset sivut

Vanhoilta verkkosivuilta mukaan kuitenkin halutaan samaa värimaailmaa sekä jo olemassa oleva logo. Muuten sivuston suunniteluun annettiin aika lailla vapaat kädet.

Tämän pohjalta aloin luomaan yksinkertaisia nettisivuja, jotka kuitenkin näyttävät modernilta ja ovat helppokäyttöiset. Yksisivuinen nettisivusto vaikutti yksinkertaiselta sekä modernilta verrattuna edellisiin nettisivuihin, joissa kaikki informaatio oli eritelty erilliselle sivulle (kuva 14).

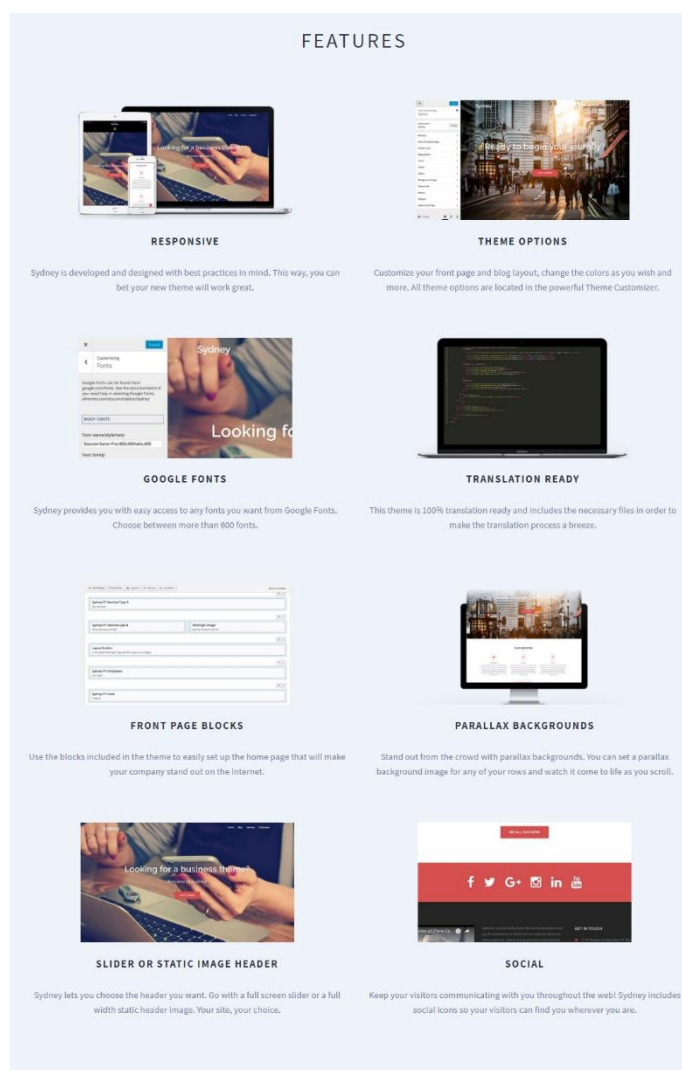


Kuva 14. Glass Innovation Institute uudistettu etusivu näkymä

Teema

Teemaksi sivustolle valittiin Sydney-teema, joka on saanut paljon kehuja Internetissä sen toiminnallisuuksista sekä yksinkertaisuudesta. Sydney on ilmainen teema sekä tarjoaa valmiin responsiivisuuden, mahdollisuuden muokata etusivua sekä värejä ja fontteja juuri sellaiseksi kuin itse haluat.

Teeman mukana tulevat ominaisuudet ovat helppokäyttöisiä, myös pitkällä aikavälillä ajateltuna asia on hyvä, jotta muutkin voivat helposti oppia käyttämään sivustoa ja tekemään tarvittavia muutoksia. Teema tarjoaa myös Parallax-taustakuvia, jonka avulla sivustoa liikuttaessa ylös ja alas, voit paljastaa kuvan pikkuhiljaa käyttäjän edetessä sivulla alaspäin tai ylöspäin. Teemassa oli myös valmiiksi asennettu social icons mahdollisuus, joka takaa yritykselle mahdollisuuden markkinoida itseään myös omissa sosiaalisen median kanavissa, joka pysyy jokaisella sivulla alalaidassa mukana. (Kuva 15.)



Kuva 15. Sydney teeman ominaisuuksia (Athemes 2018)

Lisäosat

Luodakseen toimivat verkkosivut ja saadakseen kaiken niistä irti, tarjolla on tuhansia lisäosia, joista myös poimin muutaman tarpeellisen lisäosan Glass Innovation Instituutin nettisivuille.

Contact Form 7, jonka avulla pystymme tekemään yhteydenottolomakkeen, jota voi myös muokata jälkeenpäin. Lomake tukee Ajax-pohjaista lähetystä, CAPTCHA varmennusta sekä roskapostin suodatusta Aksimetin avulla.

Contact Form 7 – Success Page Redirects, on pieni lisä-osa Contact Form 7, jonka avulla käyttäjä toimitetaan onnistuneesti uudelle sivulle lomakkeen täyttämisen jälkeen esim. kiitos sivulle.

Contact Form 7 Database Addon, myöskin pieni lisä-osa Contact Formille. Tämän avulla voidaan kerätä tiedot suoraan lomakkeesta ja tallentaa se WordPressin tietokantaan. Tämän jälkeen se on mahdollista tulostaa CSV muodossa ulos.

Download Monitor, jonka avulla WordPressiin saadaan lisättyä erillinen rajapinta tiedostojen lataamiselle sekä ladattavien tiedostojen erilaisia hallinta työkaluja, kuten latauslinkin luominen sekä kirjautuminen.

Simple Custom CSS and JS on lisä-osa, jonka avulla pystyt lisäämään WordPress sivustollesi kustomoitua koodia, minkä avulla pystyt muokkaamaan sivustosi ulkoasua erilaiseksi.

WP Super Cache, nopeuttaa WordPress sivujen käytettävyyttä.

Yoast SEO, hakukoneoptimointiin liittyvä lisä-osa, jonka avulla saadaan parempaa näkyvyyttä verkkosivustolle erilaisilla asetuksilla, sisältää myös jokaiselle erillisille sivulle luodun tarkastuksen, jonka avulla pystyt tarkastamaan, onko suositeltavaa vaihtaa joitakin kuvia tai tekstejä hakukoneoptimoinnin kannalta ystävällisemmiksi.

Laskeutumissivu

Vielä ennen verkkosivuston julkaisemista tarkoituksena on luoda erillinen laskeutumissivu, joka on paljon samantyylinen kuin etusivu (kuva 12), mutta kuvana tulee toimimaan mahdollisen markkinointimateriaaliin liittyvä aihepiiri.

Keskelle on tarkoitus luoda samanlainen painike, jota voidaan kutsua Call-to-action painikkeeksi. Tämän avulla koitetaan kasvattaa klikkausten määrää sekä tehostaa markkinointia.

Sivu kuuluu pitää pelkistettynä, mutta samalla houkuttelevana, jotta saadaan maksimoitua hyöty. Nykyään laskeutumissivua käytetään erittäin paljon ohjaamaan ihmiset suoraan tälle sivulle, eikä välttämättä kotisivulle.

4.2 Visuaalinen markkinointi

Toimeksiantajalla oli tapahtuma yhteistyössä Glass Performance Days (GPD):n kanssa Turkissa, johon he tarvitsivat uuden julisteen sekä tapahtumalle aikataulun taitettuna. Pyyntönä oli, että sitä lähdetään työstämään yhdessä sekä muutoksia tulee tapahtumaan paljon, koska virallisen tapahtuman aikataulu sekä tapahtuman puhujat eivät kaikki vielä olleet varmistuneet.

He esittivät toiveensa millaista kuvaa julisteessa pitäisi käyttää sekä minkä tyylinen esitteen ja aikataulun tulisi olla. Näiden pyyntöjen perusteella lähdin sitten toteuttamaan muutamaa erilaista taitettua mallia sekä pyytämään tapahtumaan osallistuvilta sponsoreilta sekä puhujilta mahdollisia kuvia, joita voisimme käyttää tapahtuman julisteessa. Koska tapahtuma järjestettiin Turkissa, niin toiveena oli tehdä versiot sekä englanniksi ja turkiksi. Käännösapua turkinkieliseen versioon sain heidän yhteistyökumppaneilta Turkista.

Markkinointimateriaalin luominen Adobe-ympäristössä

Käytin työssäni suurimmaksi osaksi Adobe InDesign sekä Adobe Photoshop ohjelmia. Toimeksiantajan toiveiden jälkeen lähdin toteuttamaan ensimmäisiä versioita julisteesta sekä muusta tarvittavasta materiaalista.

Aluksi minulla oli muutama erilainen idea, jota lähdin työstämään. Teemana voisi käyttää Glass Performance Days tapahtumassakin mukana olleita silmiä (kuva 16) tai Turkissa rakenteilla olevaa lentokenttään liittyvää kuvaa, johon myös lisäsin erilaisesti mukaan tarvittavat sponsorien logot (kuva 17, kuva 18, kuva 19).



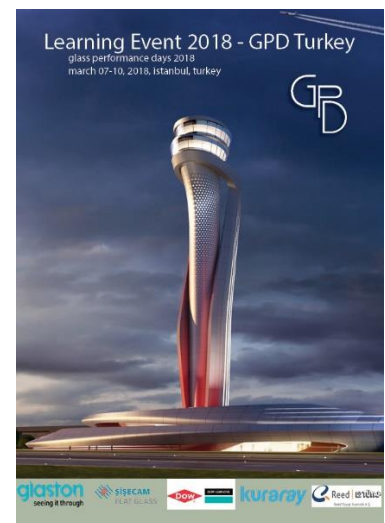
Kuva 16. Juliste silmillä



Kuva 17. Juliste lentokentän kuvalla v1



Kuva 18. Juliste lentokentän kuvalla v2

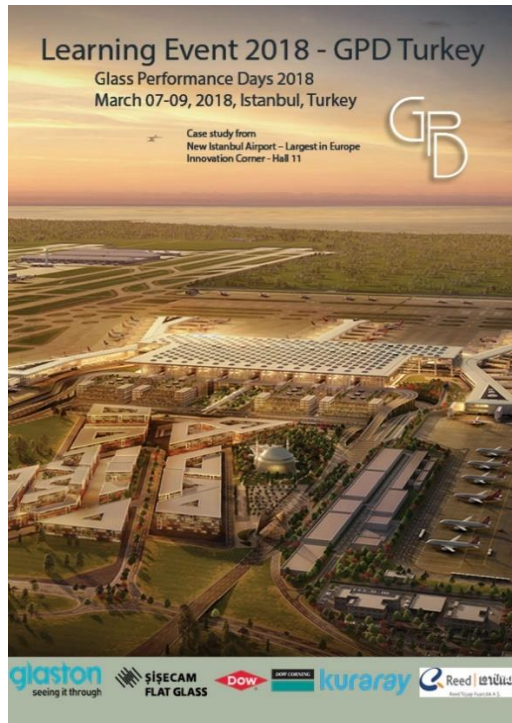


Kuva 19. Juliste lentokentän kuvalla v3

Näistä versioista sitten toimeksiantaja valitsi version, jossa sponsorit ovat helposti erotettavissa (kuva 19) sekä tapahtuman pääkohtana mukana oleva Turkin lentokenttä saa samalla hyvää näkyvyyttä.

Kuitenkin vielä ennen julisteen virallista levitystä jouduimme tekemään julisteeseen pieniä muutoksia tekstiin sekä suuremman muutoksen, koska alun

perin valitsemaani kuvaan emme lopultakaan saaneet oikeuksia käyttää sitä, niin valitsimme toiselta yritykseltä saadun kuvan, johon oli myös myönnetty le-
vityslupa. Viimeinen versio (kuva 20) näyttää siis tältä.



Kuva 20. Tapahtuman virallinen juliste

Kuten myös julisteen tekemisessä, niin aikataulun taittamisessa minulla oli pari eri versiota (kuva 21, kuva 22, kuva 23 ja kuva 24), joista toimeksiantaja valitsi (kuva 24) hänelle mieluisamman version.



Kuva 21. Versio silmillä



Kuva 22. Teksti samankokoisella palstalla



Kuva 23. Versio eri kuvilla sekä teksti tyylillä



Kuva 24. Versio eri kuvilla,
logolla ja teksti tyylillä

5 POHDINTA

Kokonaisuutena verkkosivuston sekä visuaalinen markkinoinnin tekeminen oli melko haastava mutta mielenkiintoinen kokonaisuus. Työ tehtiin Glass Innovation Institutelle, heillä oli tarve uudistaa verkkosivuja sekä saada heidän tulevaan tapahtumaan markkinointi materiaalia. Toteutus on omasta sekä toimeksiantajan mielestä onnistunut, visuaalisen markkinoinnin materiaalia on käytetty laajasti ennen Turkin tapahtumaa sekä Turkissa paikan päällä. Verkkosivustot ovat rakentuneet toivotunlaiseksi, sekä odottavat julkaisua, kun yritykselle sopiva ajankohta löytyy.

Haastetta löytyi molemmissa osiossa, kun joutui opettelemaan WordPressin käytön lähes kokonaan itse, mutta onneksi lopulta sen käyttäminen tuntui varsin helpolta. InDesign ja Photoshop, joita käytin markkinointimateriaalin tekemiseen. Niiden käyttö on opittu hyvin koulussa, mutta pitkän tauon jälkeen se vaati myös hieman aikaa muistella kaikkia asioita uudestaan. Onneksi molempiin aiheisiin löytyi paljon apua alan kirjallisuudesta, vaikkakin suomen kielellä sitä olikin melkein mahdoton löytää. WordPressin opetteleminen oli helppoa, koska oli jo taustalla koulussa opittuja asioita, sekä WordPressin käyttäjäkunta on todella laaja ja melkein jokaiseen ongelmaan on jo löydettävissä vastaus.

6 PÄÄTÄNTÖ

Projekti lähti hitaasti etenemään verkkosivujen tekeminen ja suunnitteluun sain melkein vapaat kädet. Kävimme alussa läpi mitä he haluavat verkkosivuilta löytyvän sekä millaisella ilmeellä sen pitäisi valmistua ja tämän jälkeen aloin työstämään sivustoa WordPressillä. Verkkosivujen uudistaminen on edennyt hitaasti ollessani heillä samalla töissä ja Turkin tapahtuman lähentyessä tarvitsi alkaa luoda visuaalista materiaalia tapahtumaan.

Julisteen sekä aikataulun luominen oli erittäin aikaa vievää, mutta erittäin mielenkiintoista ja opettavaista. Jouduin luomaan erilaisia versioita monia sekä toimittamaan niitä sekä työnantajalleni että Turkkiin ja muokkaamaan aina molempien tahojen mukaan työtäni. Erityisesti tästä hankalaa teki julisteen kuvan löytäminen, koska halusimme saada kuvan suoraan tapahtumaan osallistuvilta lentokentän suunnittelijoilta.

Lopulta juliste sekä aikataulun luominen ja taittaminen onnistuivat todella hyvin. Verkkosivustokin on omasta mielestäni onnistunut hyvin. Jatkon kannalta on jo helppo kertoa, että verkkosivustolle laskeutumissivun luominen on yksi asia sekä koska yritys toimii maailmanlaajuisesti voisi olla hyvä miettiä, jos sivuston kääntäisi muillekin kielille kuin englanninkieliseksi.

Opinnäytetyö opetti itselleni paljon uusia asioita sekä verkkosivuston että visuaalisen markkinoinnin kannalta, että myös multikulttuurisen työympäristön kanssa. Oli hieno päästä näkemään omaa luomustaan paikan päällä Turkissa sekä kehittämään omia taitoja myös erilaisissa ympäristöissä.

LÄHTEET

Bradford, L. 2006. Content management systems. WWW-dokumentti. Päivitetty 17.3.2006. Saatavissa: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/xamk-ebooks/reader.action?docID=258125&query=>. [viitattu 8.4.2018].

Jones, K. & F., Polly-Alida 2011. Using WordPress as a Library Content Management System. WWW-dokumentti. Päivitetty 1.1.2011. Saatavissa: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/xamk-ebooks/reader.action?docID=712186&query=>. [viitattu 8.4.2018].

Mening, R. 2017. Popular CMS by Market Share. WWW-dokumentti. Päivitetty 19.12.2017. Saatavissa: <https://websitesetup.org/popular-cms/>. [viitattu 9.4.2018].

Smith, E. 2016. Advantages and Disadvantages of using WordPress. WWW-dokumentti. Saatavissa: <http://www.iblogzone.com/2016/12/advantages-and-disadvantages-of-wordpress.html>. [viitattu 10.4.2018].

Munter, M. 2014. Theme Websites vs. Custom-Coded Websites. WWW-dokumentti. Päivitetty 4.11.2014. Saatavissa: <http://mikemunter.com/theme-websites-vs-custom-coded-websites/>. [viitattu 11.4.2018].

5 benefits of custom web design. 2015. Mitydigital. WWW-dokumentti. Päivitetty 6.11.2015. Saatavissa: <https://www.mity.com.au/blog/5-benefits-of-custom-web-design>. [viitattu 11.4.2018].

Advantages vs Disadvantages of A Custom Ecommerce Website. 2016. Nova Solutions. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://novasolutions.ca/ecommerce-website-design-toronto/advantages-vs-disadvantages-custom-ecommerce-website/>. [viitattu 11.4.2018].

Rouse, M. 2014. Content Management System. WWW-dokumentti. Päivitetty 1.6.2016. Saatavissa: <https://searchcontentmanagement.techtarget.com/definition/content-management-system-CMS>. [viitattu 17.4.2018].

What is XAMPP? Apache Friends. WWW-dokumentti. Saatavissa:

<https://www.apachefriends.org/index.html>. [viitattu 17.4.2018]

About WordPress. 2018. WordPress. WWW-dokumentti. Saatavissa:

<https://wordpress.org/about/>. [viitattu 18.4.2018]

Friedman, J. 2013. Web Designer's Guide to WordPress: Plan, Theme, Build, Launch. 1. painos. Berkeley, CA: New Riders.

Mikä on Joomla? 2018. Joomla. WWW-dokumentti. Päivitetty 4.3.2018. Saatavissa: <http://www.joomla.fi/mika-on-joomla>. [viitattu 2.4.2018].

North, M. 2008. Joomla! A User's Guide. 3. painos. Boston, MA: Pearson Education, Inc.

Our history. 2018. Drupal. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.drupal.org/about/history>. [viitattu 18.4.2018].

About. 2018. Drupal. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.drupal.org/about>. [viitattu 18.4.2018].

Nieminen, T. 2009. Visuaalinen markkinointi. 1.-2. painos. Helsinki: WSOYpro Oy.

Graafinen suunnittelu pähkinänkuoressa. 2015. Graafinen. WWW-dokumentti. Päivitetty 17.1.2015. Saatavissa: <https://www.graafinen.com/suunnittelu/yleista/graafinen-suunnittelu-pahkinankuoressa/>. [viitattu 26.4.2018].

Norcross, N. 2017. How Graphic Design Is Evolving. WWW-dokumentti. Päivitetty 9.10.2017. Saatavissa: <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2017/10/09/how-graphic-design-is-evolving/#7dd584991ff3>. [viitattu 26.4.2018].

A Visual Way of Communication. 2017. SolutionDots. WWW-dokumentti. Päivitetty 29.9.2017. Saatavissa: <https://solutiondots.com/blog/visual-way-communication-graphic-designing-saudi-arabia/>. [viitattu 6.5.2018].

Zeevi, D. 2013. How to Use the Psychology of Colors When Marketing. Päivitetty 2.11.2017. Saatavissa: <https://smallbiztrends.com/2014/06/psychology-of-colors.html>. [viitattu 26.4.2018].

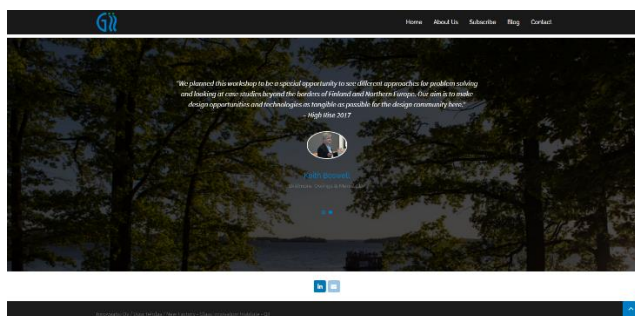
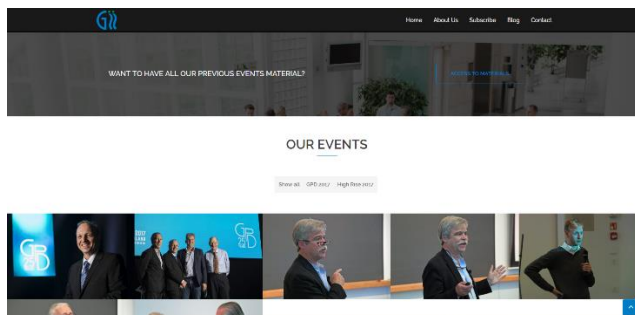
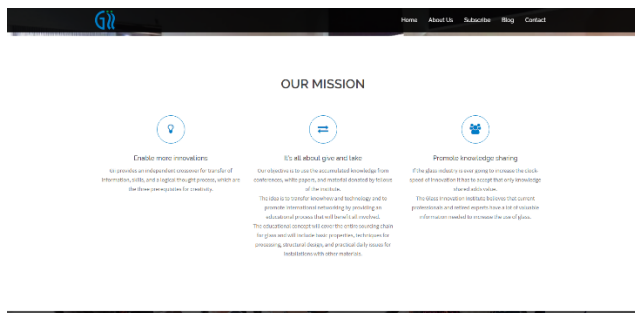
Peltomaa, J. 2017. Värien psykologia ja merkitys viestinnässä. WWW-dokumentti. Saatavissa: <http://brandnews.fi/varien-psykologia-merkitys-viestinnassa/>. [viitattu 16.5.2018].

Juselius, U. 2017. Typografia. WWW-dokumentti. Päivitetty 27.1.2017. Saatavissa: <http://www.phpoint.fi/ulrikaj/www/typo.htm>. [viitattu 26.4.2018].

Ruokolainen, P. 2016. Brändin muotoilu osa 2: logo ja liikemerkki. Päivitetty 18.8.2016. Saatavissa: <http://www.happybrandingcompany.fi/blogi/brandin-muotoiluosa2>. [viitattu 2.5.2018].

Sydney. 2018. Athemes. WWW-dokumentti. Päivitetty 13.2.2018. Saatavissa: <https://athemes.com/theme/sydney/>. [viitattu 7.5.2018].

Verkkosivuston etusivu



The screenshot shows the Glass Innovation Institute website. At the top, there is a navigation bar with links: Home, About Us, Services, Blog, Contact. Below this, a large black banner contains the text "DOWNLOAD OUR MATERIAL FOR FREE!" in white, with a small "HERE" link. The main content area is white. On the left, there is a form titled "Enter the information for all the materials you need" with fields for "Architect's company", "Last Name (surnames)", "First Name (given name)", "New e-mail (optional)", "Email to grant material", and "Registration", followed by a "SEND" button. On the right, the Glass Innovation Institute logo is displayed, consisting of a stylized "GII" icon above the text "GLASS INNOVATION INSTITUTE".

Home

About Us

Contact

Blog

Privacy Policy

SUBSCRIBE TO EMAIL LIST

Subscribe to our mailing list

(I will delete myself)

Email Address *


First Name *

Last Name *

Phone Number *

Company

SUBSCRIBE



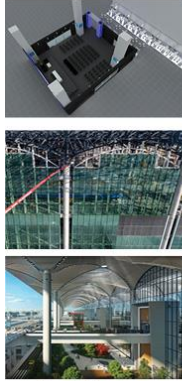
[illegible][illegible]

Tapahtuman printattava ohjelma

Glass Performance Days 2018 March 07-09, 2018, Istanbul, Turkey
 GPD Istanbul 2018 will be held on 7-9 March 2018 in conjunction with the Eurasia Glass Expo in Tüyap Fair Convention and Congress Centre. The seminar focused on presenting high-level professional views on the latest global trends, the new Istanbul Airport case study and the use of glass in construction as well as new construction practices. The event also focuses on the quality production of laminated and tempered glass products and their various applications.

Step Change & Innovations Corner - Latest ideas from glass - Hall 11

Startups, academics and key players in glass sector aiming to propel development of glass industry with their innovations & new technologies are introducing their Step Change programs. This event will address the need to have continuity in transferring knowledge from individuals to use of the whole sector. Come to meet personally the companies in their own area during the whole GPD, Step Change & Innovation presentations are presented in the seminar room of GPD area on 7th March 2018. Program of the Step Change & Innovation will be announced separately.



Organized by:



Wednesday 7th of March 2018 - Innovations & Step Change - Hall 11

- 12:45 Program of the day - KH TASARIM & DANIŞMANLIK, Mr. Kayhan Horasan
 12:55 Welcoming speech - TUYAP & SİŞECAM FLAT GLASS, Mr. Eser Aydınoglu
 13:05 Startup and Step Change concept - GLASTON, Mr. Jorma Vitkila
 13:10 Laser for smart and ordinary glass processing - HYPERMEMO, Dr. Slava Vanyukov
 13:20 Mobile Applications To Make Your Life Easier - SİŞECAM FLAT GLASS, Mr. Dilara Ayaz
 13:30 Glass goes to new era of digital printing - DİPTECH, Mr. Yavuz Niyazi
 13:40 New technique of coated glass edge deletion - CAMYAPI, Mr. Abdin Akkuler
 13:50 Coffee Break
 14:05 IGU U-value estimation by different measurement system - SURAGUS, Dr. Marcus Klein
 14:15 Argon gas analyzer with laser for coated IGU - AYRON / SPARKLIKE, Mr. Mauri Sakala
 14:25 Anisotropy & roller wear measurement systems - GLASTON, Mr. Rika Firm
 14:35 Innovative glass point fixing fixtures - PENTAGONAL LDA, Dr. Frederico Figueiredo
 14:45 Towards sustainable catalytic coatings - TU BERLIN, Dr. Ruslan Maydanov
 14:55 White light emission from new earth ions - UNI, MARMARA, Dr. Murat Erdem
 15:05 Mirror coatings for spray or brush application - ORMO, Mr. Ferdinand Triet
 15:15 Deposition of PTO thin films on glass substrates by conventional and ultrasonic spray pyrolysis method - SERABOR, Mr. K. Çağatay İcili
 15:25 Colloidal Nanocrystal Electrochromic Glazing Technology - HELIOTROPE, Dr. Amir Bayati
 POSTER DISPLAY
 Architectural design trends - IR ARCHITECTS, Prof. Ian Ritchie
 Structural design trends - MALISHEV ENGINEERS, Mr. Gennady Vasilchenko-Malishov

Thursday 8th of March 2018 - Glass Architecture - Hall 11

- 10:50 Program of the day - KH TASARIM & DANIŞMANLIK, Mr. Kayhan Horasan
 11:00 Welcoming speech - TUYAP & SİŞECAM FLAT GLASS, Mr. Tamas Kumar
 11:10 GPD Decade of sharing knowledge - GPD, Mr. Jorma Vitkila
 11:20 New Istanbul Airport case study 11:20 - 12:20
 Designer point of view - İGA CONSORTIUM, Mr. Islay Ascioglu
 Glasses & project execution, Istanbul New Airport Project - SİŞECAM FLAT GLASS, Mr. Burak Demirel
 12:30 Lunch Break
 12:40 Silicon Technologies for High Performance Facade - DOW CORNING, Mr. Markus Plettner
 12:50 IR Story of inventing with glass - glass future trends society/philosophy and design direction - IR ARCHITECTS, Prof. Ian Ritchie
 13:00 Laminated glass: Which interlayer for which application - KURARAY, Mr. Bjorn Sanden
 13:10 Coffee Break
 13:20 Glass selection to projects and quality assurance tips - ARDIC, Mr. Melik Oğuzmen
 13:30 Globally important projects and driven experiences - CAMYAPI, Mr. Abdin Akkuler
 13:40 Window glass panel design methods - MACROSTATIC, Dr. M. Burak Yilmaz
 13:50

Friday 9th March 2018 - Glass Processing - Hall 11

- 10:50 Program of the day - KH TASARIM & DANIŞMANLIK, Mr. Kayhan Horasan
 11:00 Welcoming speech - TUYAP, Mr. Ali Maharramoglu & SİŞECAM FLAT GLASS, Mr. Ekeru Sapoglu
 11:10 Worldwide glass market and trends - GPD, Mr. Jorma Vitkila
 11:20 Bringing safety and durability to incredible heights - DOW CORNING, Mr. Pinar Cetin
 11:30 Automating tempering process: efficiency and quality - GLASTON, Mr. Rika Firm
 11:40 Lunch Break
 11:50 New possibilities for open edge applications - KURARAY, Mr. Bjorn Sanden
 12:00 Tempered glass quality measurement and development - GLASTON, Mr. Rika Firm
 12:10 Golden rules of quality in Tempering and Laminating - ARDIC, Mr. Melik Oğuzmen
 12:20 "Zero tolerance" - MALISHEV, Mr. Gennady V. Malishov
 12:30

FREE REGISTRATION

Please register yourself through this web form:

<http://avasyacamfuari.com/gpd-istanbul-2018>
 Mr. Murat DUZEHLI
 Project Marketing Manager
 REED TUYAP FUARCIKLIK
 Tel: +90 212 967 11 20
 muratduzel@gmail.com
 www.tuyap.com.tr
 Mr. Kayhan Horasan
 GPD Agent in Turkey
 KH Tasarim ve Danismanlik Tic. San. Ltd. Sti.
 MÖBİT: +90 542 232 04 16
 kayhan@horasan.web.tr
 www.diptech.com.tr
 Mr. Jorma Vitkila
 Chairman of the
 GPD Glass Performance Days
 Tampere - Finlandia
 MÖBİT: +358 40 553 2042
 jorma.vitkila@gpd.fi
 www.gpd.fi

Glass Performance Days 2018 - Cam Temalı Eğitim Etkinliği 7 - 9 Mart 2018 İstanbul
 GPD İstanbul 2018 etkinlikleri 7 - 9 Mart 2018 tarihlerinde Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nin 11 no.lu salonunda, Avrupa Cam Fuarı dahilinde gerçekleştirilecektir. Seminerlerin odakları; en son küresel trendlerin en üst düzey profesyonel görüşleri değerlendirilme, yeni İstanbul Havalimanı projesi ve camın mimaride kullanımı, yeni nesil mimarideki yeni uygulamalar olacaktır. Etkinlik aynı zamanda temsili ve lanse emniyet çalışmalarını ve yüksek performans camlarının kalite üretimine ve farklı uygulamalarına da odaklanacaktır.

Atılım ve İnovasyonlar Köşesi - Camla ilgili yeni fikirler - Salon 11 GPD Alanı

İnovasyonlar ve yeni teknolojiler ile cam endüstrisinin gelişimini hızlandırmaya amaçlayan Startup firmaları, akademisyenler ve cam sektörünün önde gelenleri katılım programlarını Atılım ve İnovasyonlar Köşesinde gerçekleştireceklerdir. Etkinlikte katılımcıların fikirlerini paylaşmalarına, ortaklaşa olarak fikirlerini geliştirmelerine ve işbirlikleri için yeni uygulamalar olacaktır. Etkinlik aynı zamanda temsili ve lanse emniyet çalışmalarını ve yüksek performans camlarının kalite üretimine ve farklı uygulamalarına da odaklanacaktır.



Organize eden:



7 Mart 2018 Çarşamba - Atılım ve İnovasyonlar - Salon 11 GPD Alanı

- 12:45 Gündüz Programı - KH Tasarım & Danışmanlık, Kayhan Horasan
 12:55 Açılış konuşmaları - REED TUYAP & SİŞECAM DÜZCAM, Eser Aydınoglu
 13:05 Startup ve Atılım köşesi - GLASTON, Mr. Jorma Vitkila
 13:10 Laserle cam işleme - HYPERMEMO, Dr. Slava Vanyukov
 13:20 Mobil Uygulamalarla Hayatı Kolaylaştırıyoruz - SİŞECAM DÜZCAM, Dilara Ayaz
 13:30 Dijital baskıyla camda yeni bir çağın kapıları - DİPTECH, Mr. Yavuz Niyazi
 13:40 Kaplamalı cam kenar sıyırmasında yeni teknik - CAMYAPI, Abdin Akkuler
 13:50 Kahve Molası
 14:05 Farklı ölçme sistemleri U-değeri takvimi - SURAGUS, Dr. Marcus Klein
 14:15 Kaplamalı camdan laserle argon gazı analizi - AYRON / SPARKLIKE, Mr. Mauri Sakala
 14:25 Anisotropi ve rulo odulasyon ölçüm sistemleri - GLASTON, Mr. Rika Firm
 14:35 İnovatif kollektör tutucuları cam cephe - PENTAGONAL, Dr. Frederico Figueiredo
 14:45 Süstürülebilir katodik kaplamalara doğru - TU BERLIN, Dr. Ruslan Maydanov
 14:55 Nükleer izolasyon aktif camdan beyaz ışık yayılımı - UNI, MARMARA, Dr. Murat Erdem
 15:05 Spray yeme fırın ile uygulamaya giran kaplamalar - ORMO, Mr. Ferdinand Triet
 15:15 Spray pyrolysis metoduyla cam üzerine PTO film uygulamaları - SERABOR, K. Çağatay İcili
 15:25 Colloidal Nanocrystal Elektrochromic Cam Teknolojisi - HELIOTROPE, Dr. Amir Bayati
 Atılım ve İnovasyonlar Köşesinde Diğer Katılımcılar
 Mimarî tasarım trendleri - IR Architects, Prof. Ian Ritchie (Sorumlu 8.3 Perşembe Sa.14:00)
 Süstürülebilir tasarımlar - MALISHEV, Mr. Gennady V. Malishov (Sorumlu 9.3 Cuma Sa.14:00)

8 Mart 2018 Perşembe - Mimaride Cam - Salon 11 GPD Alanı

- 10:50 Gündüz Programı - KH Tasarım & Danışmanlık, Kayhan Horasan
 11:00 Açılış konuşmaları - REED TUYAP & SİŞECAM DÜZCAM, Tamas Kumar
 11:10 GPD 10. Yılında camdaki yeni çağ - GPD, Mr. Jorma Vitkila
 11:20 Yeni İstanbul Havalimanı Özel Oturumu 11:30 - 12:50
 Tasarımcıların bakış açısı - İGA Konsortiyum, İlay Ascioglu
 Camlar ve projelerin gerçekleştirilmesi, İstanbul Yeni Havalimanı - SİŞECAM DÜZCAM, Burak Demirel
 12:30 Yüksek performans çerçevesi süslük teknolojileri - DOW CORNING, Mr. Markus Plettner
 12:50 Öğle Arası
 Cam ile kollarını bilgilendir - camın geleceği, trendler - toplumsal / felsefi ve tasarımsal gelişim - IR Architects, Prof. Ian Ritchie
 Lamine Cam: Hangi amaçtan hangi uygulamaya için - KURARAY, Mr. Bjorn Sanden
 14:30 Kahve Molası
 14:50 Projelerde cam seçimi ve kalite güvencesi için ipuçları - ARDIC CAM, Melik Oğuzmen
 15:05 Küresel ölçekte önemli projeler ve edilmiş tecrübeler - CAMYAPI, Abdin Akkuler
 15:20 Pencere cam paneli tasarım metodları - MACROSTATIC, Dr. M. Burak Yilmaz
 15:35

9 Mart 2018 Cuma - Cam İşleme - Salon 11 GPD Alanı

- 10:50 Gündüz programı - KH Tasarım & Danışmanlık, Kayhan Horasan
 11:00 Açılış konuşmaları - TUYAP, Ali Maharramoglu & SİŞECAM DÜZCAM, Ekeru Sapoglu
 11:10 Küresel pazarda cam ve trendler - GPD, Mr. Jorma Vitkila
 11:20 İmmarın yüksekliğinde güvenlik ve sağlamlığı temsali - DOW CORNING, Pinar Cetin
 11:30 Temperleme mesin ekonomisi: verimlilik ve kalite - GLASTON, Mr. Rika Firm
 11:40 Öğle Arası
 11:50 Çevresel uygulamalar için yeni teknolojiler - KURARAY, Mr. Bjorn Sanden
 12:00 Temperli cam kalite ölçümü ve geliştirilmesi - GLASTON, Mr. Rika Firm
 12:10 Temperleme ve laminasyonda kalite ve alın kulları - ARDIC CAM, Melik Oğuzmen
 12:20 "Zero Tolerance" Zero projeler, tasarımcı beklentileri - MALISHEV, Mr. Gennady V. Malishov
 12:30

KATILIM ÜCRETSİZDİR

Seminerleri izlemek için web kayıt formu doldurunuz - Link :

<http://avasyacamfuari.com/gpd-istanbul-2018>

Murat DUZEHLI
 Proje Pazarlama Müdürü
 REED TUYAP FUARCIKLIK
 Tel: +90 212 967 11 20
 muratduzel@gmail.com
 www.reedyay.com.tr
 Kayhan Horasan
 GPD Türkiye Temsilcisi
 KH Tasarim ve Danismanlik Tic. San. Ltd. Sti.
 Tel: +90 542 232 04 16
 kayhan@horasan.web.tr
 www.diptech.com.tr
 Mr. Jorma Vitkila
 GPD Glass Performance Days
 Organizasyon Komitesi Başkanı
 Tampere - Finlandiya
 Tel: +358 40 553 20 42
 jorma.vitkila@gpd.fi
 www.gpd.fi